

Użytkownicy informacji biznesowej i ich zachowania informacyjne. Aktualni i potencjalni klienci brokerów informacji.

Dr Sabina Cisek

Instytut Informacji Naukowej
i Bibliotekoznawstwa UJ

2008-02-28



Plan prezentacji

- Użytkownicy informacji biznesowej – wstęp – kilka uwag ogólnych
- Kategoryzacje użytkowników informacji biznesowej
- Klienci brokera informacji: potrzeby i zachowania informacyjne



Użytkownicy informacji biznesowej – wstęp

- Kto to jest użytkownik informacji?
- Podstawowe pojęcia: potrzeba informacyjna, zachowanie informacyjne
- Zob. także prezentacja „Użytkownicy informacji”



Kategoryzacje użytkowników informacji biznesowej

2008-02-28



Użytkownicy informacji biznesowej – kategoryzacja 1

- Koncepcja ELIS: Everyday Life Information Seeking
 - Savolainen, R. (1995). Everyday Life Information Seeking: Approaching Information Seeking in the Context of „Way of Life”. *Library and Information Science Research* Vol. 17, s. 259-294.
- Pozyskiwanie/wyszukiwanie informacji odbywa się w dwu głównych kontekstach: **w związku z wykonywaną pracą** oraz **dla celów pozazawodowych** (*job-related and non-work*)



Użytkownicy informacji biznesowej – kategoryzacja 1 cd.

- Roberts i inni* podzielili **użytkowników informacji gospodarczej** na dwie szerokie kategorie. Do pierwszej zostali zaliczeni ludzie poszukujący informacji w związku z wykonywaną pracą, do drugiej – ci, którym informacja była potrzebna dla osiągnięcia osobistych celów.
 - *Roberts, N.; Clarke, D.; Craghill, D.; White D. (1987). Uses and users of public sector business libraries: a study based on Birmingham, Manchester and Nottingham Libraries. *Journal of Librarianship* vol. 19 nr 4, s. 221-243.
- Zgadza się to z późniejszą koncepcją ELIS 😊



Użytkownicy informacji biznesowej – kategoryzacja 1 cd.

- Użytkownicy poszukujący informacji biznesowej w związku z wykonywaną pracą (*job-related information seeking*):
 - przedstawiciele firm (pracownicy, przedsiębiorcy, właściciele)
 - przedstawiciele instytucji niekomercyjnych, organizacji społecznych, stowarzyszeń etc.
 - naukowcy i studenci nauk ekonomicznych
 - pracownicy administracji publicznej
 - politycy, działacze
 - dziennikarze
 - *osoby pragnące założyć firmy*



Użytkownicy informacji biznesowej – kategoryzacja 1 cd.

- Użytkownicy poszukujący informacji w kontekście pozazawodowym:
 - *poszukujący pracy (tj. zarówno bezrobotni jak i ci, którzy chcą pracę zmienić)*
 - potencjalni inwestorzy (pragnący ulokować swoje oszczędności w akcjach, obligacjach, funduszach powierniczych etc.)
 - konsumenci chcący dokonać zakupu związanego z poważnym wydatkiem (nieruchomości, samochody itp.)
 - podatnicy poszukujący informacji podatkowej
 - inni (np. pasjonaci zagadnień gospodarczych, hobbyści)



Użytkownicy informacji biznesowej –

kategoryzacja 2 – wg: Materska, Katarzyna (2007).

Źródła informacji biznesowych – bazy danych, serwisy informacyjne i inne narzędzia wspomagające pozyskiwanie informacji gospodarczych. W: III Seminarium z cyklu Infobroker: Efektywne wykorzystanie zasobów informacyjnych sieci. Warszawa: CPI, s. 29-77.

- Użytkownicy instytucjonalni
- Użytkownicy indywidualni



Użytkownicy informacji biznesowej – **kategoryzacja 2 cd.**

- Użytkownicy instytucjonalni:
 - firmy międzynarodowe oraz MSP
 - instytucje finansowe
 - ministerstwa
 - urzędy państwowe
 - uniwersytety
 - media
 - wywiadowanie gospodarcze



Użytkownicy informacji biznesowej – **kategoryzacja 2 cd.**

■ Użytkownicy indywidualni:

- menedżerowie firm, pracodawcy
- inwestorzy
- uczestnicy rynku giełdowego: emitenci, maklerzy, inwestorzy instytucjonalni i indywidualni
- reklamodawcy
- potencjalni biznesmeni (osoby zakładające firmę)
- poszukujący pracy
- dziennikarze
- pracownicy naukowci i studenci
- hobbyści



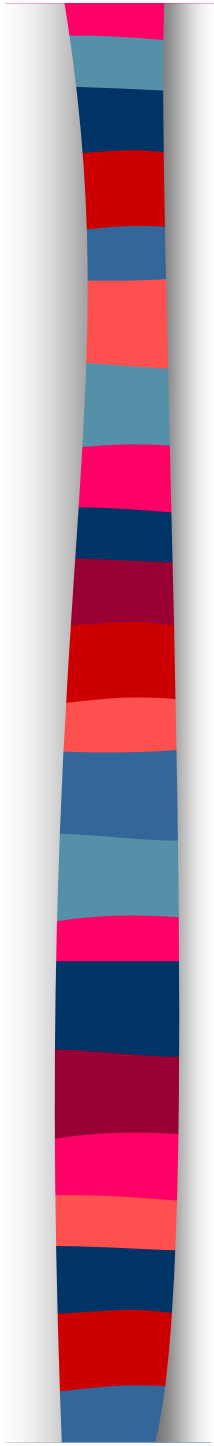
Klienci brokera informacji: potrzeby i zachowania informacyjne

2008-02-28



W jaki sposób poznać i zrozumieć potrzeby i zachowania informacyjne klientów?

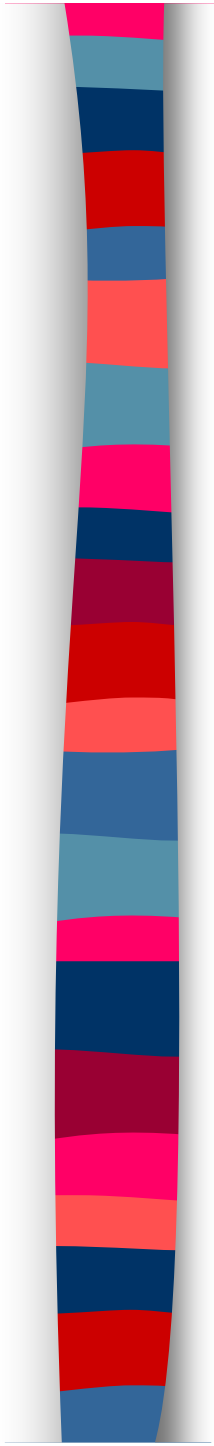
- (A) Na poziomie „teoretycznym”: na podstawie literatury przedmiotu (konceptcje, modele, wyniki badań empirycznych) z zakresu nauki o informacji, ekonomiki informacji (bada m.in. potrzeby informacyjne podmiotów gospodarczych), nauk o zarządzaniu
- (B) Na poziomie „praktycznym”: na podstawie komunikacji z klientem, wywiadu informacyjnego
- Umiejętne połączenie (A) i (B) → sukces 😊



Problem: pytanie/zamówienie klienta – a jego rzeczywiste potrzeby informacyjne.
Kompetentna identyfikacja i charakterystyka potrzeb informacyjnych klientów (1)

■ Wiedza z zakresu inib

- Potrzeby i zachowania informacyjne (np. zadawane pytania, zgłaszane zapotrzebowanie) to NIE jest to samo
- Potrzeby informacyjne są dynamiczne, zmieniają się również w trakcie pozyskiwania i przetwarzania informacji
- Potrzeby informacyjne nie zawsze są uświadomione
- Na potrzeby informacyjne wpływa wiele czynników, także – „niemerytoryczne”



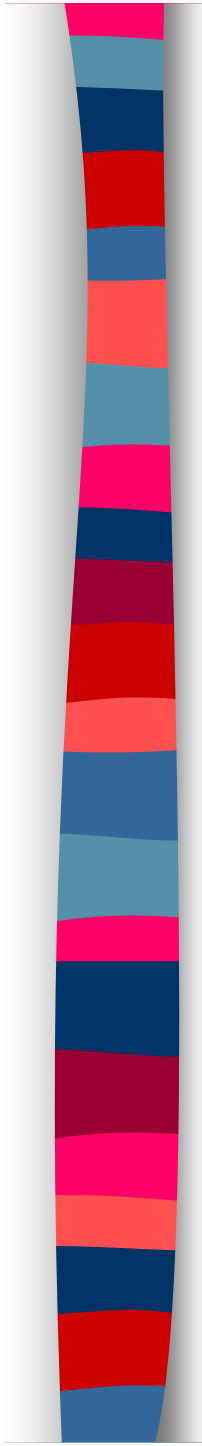
Problem: pytanie/zamówienie klienta – a jego rzeczywiste potrzeby informacyjne.
Kompetentna identyfikacja i charakterystyka potrzeb informacyjnych klientów (2)

- Doświadczenia praktyków
 - Nie zawsze zadawane/zgłaszane pytania odzwierciedlają faktyczne potrzeby informacyjne klienta/użytkownika
 - Broker informacji musi określić – w komunikacji z klientem – jego rzeczywiste potrzeby informacyjne, to jest sprawa **kluczowa** dla sukcesu infobrokera
 - W trakcie współpracy z klientem często następuje modyfikacja, rozszerzenie, zmiana potrzeb i pytań: trzeba ten proces ustawicznie monitorować



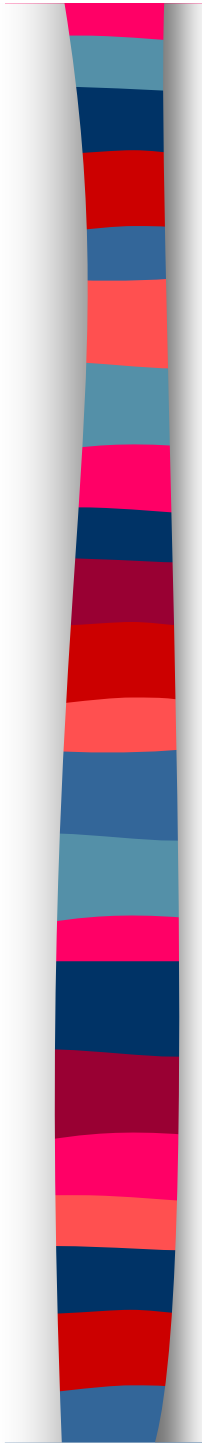
Potrzeby informacyjne z punktu widzenia brokera informacji: co należy ustalić w wywiadzie informacyjnym z klientem? 1

- Na podstawie m.in. Materska, Katarzyna (2007). Informacja w organizacjach społeczeństwa wiedzy. Warszawa: Wydaw. SBP, s. 86-91.
- Wymagania użytkowników dotyczące **treści** informacji:
 - Czego ma dotyczyć poszukiwana informacja? Przedmiot? Zakres treściowy? Zasięg (chronologiczny, formalny, geograficzny, językowy)?
 - Cemu ma służyć? Do jakich zadań? Do rozwiązania jakich problemów?
 - Oczekiwany stopień szczegółowości informacji?
 - Pożądana kompletność/selektywność informacji?
 - Poufność? Wyłączność informacji?
 - Jakość informacji – aktualność, neutralność, nowość, prawdziwość (?), precyzja, rzetelność, unikatowość, użyteczność, wiarygodność?



Potrzeby informacyjne z punktu widzenia brokera informacji: co należy ustalić w wywiadzie informacyjnym z klientem? 2

- W jakiej **formie/postaci** ma być dostarczona/przedstawiona informacja?
 - Na jakim nośniku? Drukowana? Elektroniczna? Inna?
 - Graficzna? Multimedialna? Numeryczna? Tekstowa?
 - W jakim stopniu/zakresie i w jaki sposób przetworzona? W postaci bazy danych? Bibliografii? Materiałów przeznaczonych do zamieszczenia w Sieci? Notatki? Rankingu? Raportu? Opracowania analityczno-syntetycznego? Serwisu WWW? Streszczenia? Wykazu? Zbioru materiałów źródłowych? Zestawienia?
 - Jak obszerna?
 - Formalna (np. pisemny raport)? Nieformalna (przekaz ustny)?
 - W jakim języku? Język potoczny? Techniczny? Obcy?
 - Jak dostarczona? Email? Osobiście? Poczta tradycyjna?



Potrzeby informacyjne z punktu widzenia brokera informacji: co należy ustalić w wywiadzie informacyjnym z klientem? 3

■ Termin i koszty uzyskania informacji:

- Np. czy ważniejsza jest kompletność informacji czy pośpiech?
- Jasne określenie relacji pomiędzy zakresem usługi informacyjnej a kosztami
- AIIP: Code of Ethical Business Practice

<http://www.aiip.org/AboutAIIP/aiipethics.html> „Give clients the most current and accurate information possible **within the budget and time frames provided by the clients.** Help clients understand the sources of information used and **the degree of reliability which can be expected** from those sources.”